

TUGAS AKHIR
IMPLEMENTASI STRATEGI
MERCHANDISING PRODUK PADA
PT.TRI DAYA SUMBER REJEKI



Diajukan untuk memenuhi Syarat-syarat Mencapai Gelar
Ahli Madya di Bidang Manajemen Pemasaran

Oleh:

Fuad Nur Manan

F3210039

PROGRAM STUDI DIPLOMA III FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS SEBELAS MARET
SURAKARTA
2013

commit to user

ABSTRAK**IMPLEMENTASI STRATEGI MERCHANDISING PRODUK
PADA PT. TRI DAYA SUMBER REJEKI**

FUAD NUR MANAN
F3210039

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi merchandising yang dilakukan oleh PT. Tri Daya Sumber Rejeki. Penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan PT. Tri Daya Sumber Rejeki dalam menata produk agar dapat di tata dengan rapi, dan menarik minat konsumen untuk membeli produk tersebut. Data dalam penelitian ini diperoleh dengan menggunakan metode wawancara, observasi, dan studi pustaka. Tugas akhir ini menggunakan metode pembahasan deskriptif, yaitu menggambarkan tentang strategi merchandising yang dilakukan oleh PT. Tri Daya Sumber Rejeki. PT. Tri Daya Sumber Rejeki merupakan agen distributor, yang mempunyai sebuah team merchandiser, yaitu team yang mempunyai tugas untuk memajang produk. Di dalam memajang produk, team merchandiser berpedoman pada planogram, yaitu suatu rancangan yang dapat berupa gambar, foto, Design, Sketsa yang digunakan oleh distributor tersebut.

Planogram yang dilakukan oleh PT. Tri daya Sumber Rejeki adalah dengan cara menyewa tempat (Toko), atau sering disebut dengan sewa display. Strategi ini dilakukan berdasarkan perjanjian antara PT. Tri Daya Sumber Rejeki dengan pemilik toko. Dimana sewa display ini dikenakan biaya per tiga bulan sekali, tergantung bentuk pajangan nya, karena harga sewa pajangan dari masing-masing planogram berbeda. Berdasarkan penelitian yang dilakukan pada PT. Tri Daya Sumber Rejeki dapat di simpulkan bahwa Planogram yang dimiliki oleh perusahaan secara garis besar sudah sesuai dengan ketentuan yang berlaku (Sujana,2005). Baik dari segi warna, maupun ukuran produk, tetapi masih ada dua planogram yaitu NHD dan NCD perlu diperbaiki baik dari segi warna maupun ukuran produk.

Kata Kunci : Merchandising, Planogram, Display.



commit to user

HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir dengan judul “IMPLEMENTASI STRATEGI MERCHANDISING PRODUK PADA PT. TRI DAYA SUMBER REJEKI” telah disetujui dan diterima dengan baik oleh Dosen Pembimbing untuk dijadikan syarat guna mencapai derajat Ahli Madya Program Diploma III Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret.

Surakarta, Mei 2013

Disetujui dan diterima oleh
Pembimbing,



Pram Suryanadi, SE, Msi
NIP 320800001

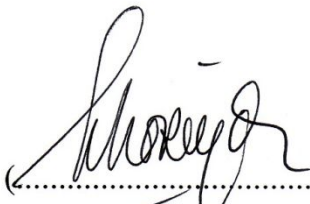
commit to user

HALAMAN PENGESAHAN

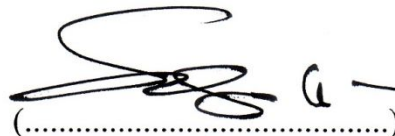
Telah disetujui dan diterima baik oleh tim penguji Tugas Akhir Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret guna melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk memperoleh gelar Ahli Madya Manajemen Pemasaran.

Surakarta, Mei 2013
Tim Penguji Tugas Akhir

Siti Khoiriyah, SE,MSi
NIP. 197602062005012001


(.....)
Penguji

Pram Suryanadi, SE, MSi
NIP 320800001


(.....)
Pembimbing

MOTTO

Disiplin itu memang penting Namun alangkah baiknya jika kita

Disiplin dalam segala aktivitas.

(Penulis)

Hidup ini memang banyak cobaan, tetapi bagaimana kita menyikapinya
dalam menghadapi cobaan tersebut.

(Penulis)

Hargailah waktu karena waktu akan selalu berputar dan
tidak akan pernah kembali

(Penulis)

commit to user

PERSEMBAHAN

Ku persembahkan karya ini kepada :

1. **Bapak Nur Gunawan dan ibu markamah,**
terimakasih atas segala doa dan motivasi yang telah
diberikan kepada penulis.
2. **Dosen-dosen Ekonomi UNS** yang telah
memberikan banyak ilmu.
3. **Karyawan dan karyawan team merchandiser PT.
Tri Daya Sumber Rejeki dan Bapak Hari Nugroho**
yang telah membantu membimbing saya selama
magang berlangsung
4. Teman-teman Program Diploma III Manajemen
Pemasaran Angkatan 2010.

commit to user

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillahirrabil' alamin, puji syukur kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya serta kekuatan dan kemudahan sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir guna untuk memenuhi syarat untuk mencapai gelar Ahli Madya.

Selama proses penyusunan penelitian ini berlangsung, penulis mengalami berbagai rintangan dan hambatan. Namun berkat kemauan yang kuat, kerja keras, motivasi, doa serta bantuan dari berbagai pihak yang terkait, maka Laporan Tugas Akhir ini dapat terselesaikan. Penulis dengan setulus hati menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Wisnu Untoro, SE, M.S. selaku dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta.
2. Bapak Drs. Djoko Purwanto, MBA selaku Ketua program Diploma III Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta.
3. Bapak Pram Suryanadi, SE, M.Si selaku dosen pembimbing, yang telah banyak memberikan pengarahan serta bimbingan dalam penulisan Tugas Akhir ini.

commit to user

4. Seluruh Dosen Diploma III Manajemen Pemasaran Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret yang telah memberikan banyak ilmu yang bermanfaat.
5. Bapak Basuki Rachmad K selaku Manajer PT Tri Daya Sumber Rejeki yang telah memberikan kesempatan bagi penulis untuk melakukan kegiatan magang dan penelitian.
6. Bapak hari Nugroho selaku supervisor PT. Tri Daya Sumber Rejeki yang telah membantu membimbing serta memberikan informasi berupa data-data dalam proses praktik magang.
7. Keluarga, serta teman-teman dan team merchandiser PT. Tri Daya Sumber Rejeki atas motivasi dan doa nya selama ini.
8. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu, atas segala motivasi dan doa yang telah di berikan sehingga penulis dapat menyelesaikan magang kerja serta menyusun laporan.

Penulis menyadari dengan sepenuhnya atas kekurangan di dalam menyusun laporan tugas akhir ini, untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun, agar tugas akhir ini menjadi lebih sempurna. Dan semoga tugas akhir ini bermanfaat bagi pihak yang memerlukan.

Wassalamualaikum, wr.wb.

Surakarta, Mei 2013

commit to user

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
ABSTRAK	
HALAMAN PERSETUJUAN	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN MOTTO	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I PENDAHULUAN	
A.....	Latar
Belakang.....	1
B.....	Rum
usan Masalah.....	3
C.....	Tujua
n Penelitian.....	3
D.....	Manf
aat Penelitian.....	3

commit to user

E.....	Meto	
de Penelitian.....		4
BAB II	TINJAUAN PUSTAKA	
A.....	Peng	
ertian Produk.....		6
B.....	Peng	
ertian Retailing MiX.....		12
BAB III	ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
A.....	Gam	
baran Umum Perusahaan.....		55
B.....	Anali	
sis dan Pembahasan.....		66
BAB IV	PENUTUP	
A.....	Kesi	
mpulan.....		81
B.....	Saran	83
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN		



commit to user

DAFTAR GAMBAR

Gambar

1.1.....	Lima
Tingkatan Produk.....	8
2.1.....	Verti
cal by Category	35
2.2.....	Horiz
ontal by Category.....	36
3.1.....	Logo
Nestle	56
3.2.....	Struk
tur Organisasi PT. Tri Daya Sumber Rejeki.....	61
4.1.....	Tirai
Dancow Reguler	67
4.2.....	Tirai
Cerelac & Dancow Batita 2013	69
4.3.....	Nestl
e Hanger Display	71
4.4.....	Danc
ow Leadership Visibility	73
4.5.....	Cerel
ac Leadership Visibility.....	75

commit to user

4.6.....	Batit
a Leadership Visibility	77
4.7.....	Nestl
e Corporate Display	79

